

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XII
Tabellenverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XIV
 Einleitung.....	 1
1 Entwicklung der Verwertung von Musik mit Hilfe von Tonträgern	5
1.1 Musik als Ware.....	5
1.1.1 Von der Hausmusik zu Musikdarbietungen.....	5
1.1.2 Entstehung des Berufes Musiker	6
1.1.3 Verbreitung von Musik durch Konzerte.....	6
1.2 Die technische Entwicklung der Aufzeichnung und Wiedergabe von Musik.....	7
1.2.1 Entstehung von Musikaufzeichnungen.....	7
1.2.2 Erfindung von Graphophon, Grammophon und Schellackplatte	9
1.2.3 Mikrophon, Stereophonie und Vinylplatte	11
1.2.4 Tonband, Abspielgeräte und Musikkassetten	14
1.2.5 Erfindung der CD und des CD-Spielers	15
1.2.6 Neuere Entwicklungen	17
1.3 Ökonomische Bedeutung der Innovationen für Musikverwertung mit Tonträgern	19
1.3.1 Bedeutung des Innovationsprozesses.....	19
1.3.2 Verbreitung der Tonträgersysteme	24
1.3.3 Volkswirtschaftliche Bedeutung der Tonträgerindustrie.....	26
1.4 Zusammenfassung	28
2 Vertragsökonomie (I): Rechtlicher Rahmen der körperlichen Musikverwertung mit Tonträgern	31
2.1 Urheberrecht, verwandte Schutzrechte und Wahrnehmungsgesetz.....	31
2.1.1 Voraussetzungen für urheberrechtlichen Schutz an Werken der Musik	33
2.1.2 Rechte der Werkinhaber	34
2.1.3 Rechte der Tonträgerhersteller	38
2.1.4 Rechte der Verwertungsgesellschaften	40

2.1.5 Rechtliche und wirtschaftliche Verwertungskette von Urhebern und Tonträgerherstellern.....	42
2.2 Harmonisierung des Urheberrechts in Europa	43
2.2.1 Harmonisierungsbestrebungen in der Europäischen Union	44
2.2.2 Bedeutung von Entscheidungen der Kommission und des EuGH.....	55
2.2.3 Erfolge europäischer Harmonisierungsbestrebungen und die internationale Dimension	60
2.3 Internationale Urheberrechtsabkommen	61
2.3.1 Revidierte Berner Übereinkunft	62
2.3.2 Welturheberrechtsabkommen	65
2.3.3 Rom-Abkommen.....	66
2.3.4 Genfer Übereinkunft zum Schutz von Tonträgerherstellern.....	70
2.3.5 Abkommen über handelsbezogene Aspekte geistigen Eigentums im GATT.....	71
2.3.6 Anwendung des Rechts der Internationalen Urheberabkommen	75
2.4 Zusammenfassung	75
Vertragsökonomie (II):	
Ökonomische Analyse der körperlichen Musikverwertung mit Tonträgern	79
3.1 Copyrights für den Tonträgermarkt.....	80
3.1.1 Verschiedene Rechtsinstitutionen und deren Problematik.....	80
3.1.2 Rechtsphilosophische Begründungen für Copyrights.....	81
3.1.3 Ökonomische Begründungen für Copyrights	83
3.2 Positive Analyse der Copyrights für den Tonträgermarkt	87
3.2.1 Copyright als perfekter und kostenloser Ausschluß ohne Zweitmarkt	88
3.2.2 Copyright als Erlaubnisvorbehalt und als Vergütungsanspruch mit einem Zweitmarkt	90
3.2.3 Kosten der Rechtsnormierung, Ausschlußkosten und Rechtsdurchsetzung.....	96
3.2.4 Wirkung der Copyrights auf Parameter der Musikverwertung mit Tonträgern	99
3.3 Copyright bei Betrachtung des internationalen Handels	109
3.3.1 Copyright als Strategie zweier Länder	109
3.3.2 Strategie der Tonträgerunternehmen bei unterschiedlichem Copyright	111
3.3.3 Bedingungen für internationales Copyright	112

3.3.4 Versuch der Beurteilung bestehender Copyrightabkommen	113
3.4 Zusammenfassung	114
4 Der deutsche Tonträgermarkt aus industrieökonomischer Sicht	117
4.1 Der relevante Markt für Tonträger	118
4.1.1 Abgrenzung in sachlicher Hinsicht	119
4.1.2 Abgrenzung in räumlicher Hinsicht	126
4.1.3 Abgrenzung in zeitlicher Hinsicht	127
4.2 Die Struktur des Tonträgermarktes	130
4.2.1 Die Musikschaffenden	130
4.2.2 Die Tonträgerhersteller	132
4.2.2.1 Die Majors	136
4.2.2.2 Die Independents	138
4.2.2.3 Die Konzentrationsentwicklung unter den Tonträgerherstellern	138
4.2.2.4 Einzelwirtschaftliche Konzentrationsmotive	143
4.2.2.5 Integrationsgrade und Vertragsbeziehungen	144
4.2.2.6 Marktphase und Marktbarrieren	146
4.2.3 Der Tonträgerhandel	150
4.2.3.1 Handelsformen und Handelsfunktionen	150
4.2.3.2 Entwicklung der Handelsstruktur und Konzentrationsentwicklung des Handels	152
4.2.4 Die Nachfrage nach Tonträgern	154
4.2.4.1 Grundlagen der Tonträgnachfrage	154
4.2.4.2 Altersstruktur der Tonträgerkäufer und demographische Entwicklung	156
4.2.4.3 Käuferreichweiten	158
4.2.5 Zusammenfassung wichtiger Strukturmerkmale	159
4.3 Das Marktverhalten im Tonträgermarkt	159
4.3.1 Vertragsbeziehungen zwischen Musikschaffenden und Tonträgerherstellern	160
4.3.2 Das Verhalten der Tonträgerhersteller	162
4.3.2.1 Vertragsbeziehungen zwischen Majors und Independents	162
4.3.2.2 Die Produktpolitik der Tonträgerhersteller	166
4.3.2.2.1 Produktpolitik der Majors	170
4.3.2.2.2 Produktpolitik der Independents	171
4.3.2.3 Die Preispolitik der Tonträgerhersteller	172
4.3.2.3.1 Preispolitik der Majors	174

4.3.2.3.2 Preispolitik der Independents.....	176
4.3.2.4 Strategische Marktbarrieren.....	177
4.3.3 Das Verhalten des Tonträgerhandels	181
4.3.3.1 Verhandlungsmacht gegenüber den Tonträgerherstellern	181
4.3.3.2 Betriebsgröße des Tonträgerhandels und Nachfrage.....	182
4.3.3.3 Sortimentsstruktur und Sortimentspolitik.....	183
4.3.3.4 Preispolitik gegenüber der Nachfrage und Preiswettbewerb auf der Handelsstufe.....	185
4.3.4 Das Verhalten der Nachfrager nach Tonträgern.....	188
4.3.4.1 Kaufintensitäten.....	188
4.3.4.2 Kaufverhalten im Hinblick auf Elastizitäten der Nachfrage	190
4.3.4.3 Konsequenzen für die zukünftige Konsumentenstruktur	195
4.3.5 Zusammenfassung wichtiger Verhaltensmerkmale	196
4.4 Interdependenzen zwischen Marktstruktur, -verhalten und -ergebnissen.....	198
4.4.1 Marktergebnisse im Tonträgermarkt.....	198
4.4.2 Zusammenhänge zwischen Marktstruktur und -ergebnis	212
4.4.3 Zusammenhänge zwischen Marktverhalten und -ergebnis	217
4.5 Zusammenfassung: Industrieökonomischer Ausblick	221
Weiterentwicklungen zur unkörperlichen Musikverwertung	223
5.1 Neuere technische Entwicklungen der Musikverwertung.....	223
5.1.1 Offline-Multimedia-Produkte	224
5.1.2 Offline Musikprodukte als Instore-Production.....	225
5.1.3 Online Musikverwertung mit Hilfe von Netzen.....	227
5.1.3.1 Verteilnetzanwendungen: Multichannel-Dienste und digitales Radio	228
5.1.3.2 Vermittlungnetzanwendungen: Internet und Online-Dienste	231
5.1.3.3 Elektronischer Vertrieb von Musik als Teil von Online-Diensten	235
5.2 Strategien, Unternehmensverhalten und Marktprozesse für Online-Musikverwertungen	240
5.2.1 Musiker und Tonträgerhersteller als Content-Provider.....	240
5.2.2 Netzinfrastruktur- und Online-Diensteanbieter als Service-Provider.....	244
5.2.3 Nachfrageakzeptanz, Konsumentenstruktur und Medienkonkurrenz.....	246

5.2.4 Auswirkungen des netzgebundenen Vertriebs auf die Verwertungskette von Musik	248
5.3 Ökonomische Implikationen, Wettbewerbspotentiale und Rechtsrahmen bei der Online-Musikverwertung	250
5.3.1 Netzwerkeffekte, Standardisierung und Lock-In-Effekte	250
5.3.2 Auswirkungen auf die Wettbewerbspotentiale der netzgebundenen Musikverwertung	254
5.3.3 Urheberrechtliche Bestimmungen und Regulierungs- ansätze für netzgebundene Musikverwertung	262
5.3.3.1 Urheberrechtliche Bestimmungen netzgebundener Musikverwertung	262
5.3.3.2 Regulierungsansätze für eine kompetitive netzgebundene Musikverwertung	268
5.4 Zusammenfassung	271
Schlußbemerkungen	275
Literaturverzeichnis	283

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Ablauf der Musikverwertung ohne Aufzeichnungsmöglichkeiten	7
Abb. 2:	Ablauf der Musikverwertung mit Aufzeichnungsmöglichkeiten.....	17
Abb. 3:	Überblick über die Einzelbefugnisse des Urhebers	37
Abb. 4:	rechtliche und wirtschaftliche Verwertungskette von Urhebern und Tonträgerherstellern	43
Abb. 5:	Harmonisierungsschritte und -inhalte der Urheberrechtsbestand- teile in der EU, die für den Tonträgermarkt relevant sind	46
Abb. 6:	Schutz der Musikurheber nach der Revidierten Berner Übereinkunft	65
Abb. 7:	Schutz der Tonträgerhersteller nach dem Rom-Abkommen	69
Abb. 8:	Konkurrenzwirtschaftliche Gleichgewichte auf dem Tonträger- markt bei verschiedenen Preisniveaus ohne Rechtekosten	101
Abb. 9:	Gleichgewicht auf dem Tonträgermarkt bei Rechtekosten	103
Abb. 10:	Rechteeerlös und Höhe der Rechtekosten auf dem Tonträgermarkt	104
Abb. 11:	Verschiedene optimale Rechtekostenniveaus bei gegebener Zahl an Veröffentlichungen.....	105
Abb. 12:	Marktergebnis bei wettbewerblichem und monopolistischen Tonträgermarkt	107
Abb. 13:	Auszahlungsmatrix mit und ohne Copyright im Zwei-Länder-Fall	110
Abb. 14:	Wirkung der Copyrightsetzung im Zwei-Länder-Fall	110
Abb. 15:	Vermarkungsbereiche von Musik	119
Abb. 16:	Marktstufen des Tonträgermarktes.....	122
Abb. 17:	Zusammenfassende Darstellung der Übernahmen und der Konzentrationsentwicklung der Major-Tonträgerhersteller	141
Abb. 18:	Integrationsgrade und Vertragsbeziehungen im Tonträgermarkt	145
Abb. 19:	Tonträgerkäufer und Bevölkerung nach Altersklassen	157
Abb. 20a:	Relativer Anteil der Preiskategorien am Absatz von Musikkassetten	175
Abb. 20b:	Relativer Anteil der Preiskategorien am Absatz von Compact Discs.....	175
Abb. 21:	Bevölkerungs- und Umsatzanteile von Käufergruppen 1996	189
Abb. 22:	Preiselastizität der Nachfragerreichweite und -intensität	193
Abb. 23:	Technische Möglichkeiten der netzgebundenen Musikverwertung	228
Abb. 24:	Musikvermarktung im Online-Bereich mit physischem Vertrieb	231
Abb. 25:	Ablauf der elektronischen Musikbelieferung	236
Abb. 26:	Organisationsmodell der Online-Musikverwertung	238
Abb. 27:	Künftiger Tonträgermarkt, Übergang von körperlicher zu unkörperlicher Musikverwertung	239
Abb. 28:	Verwertungskette von Musik mit Tonträgern	249
Abb. 29:	Verwertungskette der Online-Musikverwertung	249

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Mengen- und wertmäßige Marktentwicklung des deutschen Tonträgermarktes	133
Tab. 2: Nominales und reales Marktvolumen des deutschen Tonträgermarktes	135
Tab. 3: Marktanteile der Tonträgerhersteller am Absatz an den Handel in Deutschland	140
Tab. 4: Anteile der Vertriebswege in Prozent des Umsatzes 1992-1995	153
Tab. 5: Entwicklung der altersspezifischen Bevölkerungsstruktur	158
Tab. 6: Fertigungswerke für Compact Discs in Deutschland 1995	179
Tab. 7: Entwicklung der jährlichen Neuveröffentlichungen von Single und Longplay (nur CD) von 1985-1996 der Mitgliedsfirmen im BPW	199
Tab. 8: Durchschnittliche jährliche Verkaufszahl pro Neuerscheinung	200
Tab. 9: Zahl, Verweildauer und Neueintritte in die Single-Charts von 1985-1997	206
Tab. 10: Entwicklung der Anzahl von Musiktiteln in Single- und Longplaycharts	207
Tab. 11: Goldene Schallplatten, Verteilung auf Musiker und Tonträgerhersteller von 1986-1995	209
Tab. 12: Konzentrationsentwicklung von 1985-1997, gemessen mit Chartanteilen	213
Tab. 13: Einnahmen der Verwertungsgesellschaften und Gesamtmarktvolumen von 1986-1996	230